

PLEC DE PRESCRIPCIONS TÈCNIQUES DEL PATROCINI ESPORTIU DE LA CINQUENA ETAPA DE LA VUELTA 2026 PER A LA PROMOCIÓ I DIFUSIÓ DE LA MARCA COSTA DAURADA I LES TERRES DE L'EBRE.

1.- Objecte

És objecte del present Plec de prescripcions tècniques fixar les condicions tècniques particulars que regiran la contractació del patrocini de l'esdeveniment esportiu de la cinquena etapa de LA VUELTA 2026 per donar visibilitat i difondre les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre, així com donar visibilitat dels actius de les destinacions per reforçar-ne la projecció, notorietat i posicionament mitjançant l'associació d'aquestes a un esdeveniment esportiu d'elevada audiència i repercussió mediàtica.

2.- Característiques tècniques de la contractació

La Vuelta es realitzarà del 22 d'agost al 13 de setembre de 2026, essent la cinquena etapa el 26 d'agost amb sortida a Falset a la Costa Daurada i arribada a Roquetes a les Terres de l'Ebre.

En el marc del present acord de Patrocini, UNIPUBLIC SAU promotora de la competició ciclista anomenada LA VUELTA haurà de garantir la presència amb màxima visibilitat de la marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre i dels actius de les destinacions en les contraprestacions següents:

- Retransmissió en directe d'almenys els darrers 90 minuts de l'etapa per algun dels canals de RTVE.
- Incorporar les marques de la destinació en el nom de l'etapa: Falset- Costa Daurada i Roquetes- Terres de l'Ebre.
- Incloure, a la guia de l'etapa destinada a premsa (en castellà, anglès i francès), informació d'interès sobre gastronomia, turisme, cultura, esport i ciclisme de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre, així com de les seus de sortida, arribada i municipis de pas. Aquesta guia inclourà 26 punts destacats de les destinacions i servirà com a document de referència per a TVE —responsable de la producció de les imatges de la retransmissió—, així com per a la resta de cadenes televisives que en facin difusió. El contingut de la guia serà proporcionat pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i s'ajustarà al format i als terminis indicats per Unipúblic.
- Incorporar, al microsite "Recorrido 2026" de la pàgina web de La Vuelta (<https://www.lavuelta.es/es>), dins de la informació corresponent a la cinquena etapa:
 - Enllaços clicables a les pàgines web de *Costa Daurada* i *Terres de l'Ebre*.
 - Informació sobre les seus de sortida i arribada, en castellà, anglès i francès.
- Inserció del logotip de Costa Daurada en el control de signatures de Falset.

- Inserció del logotip de Terres de l'Ebre en el podi a Roquetes.
- Inserció del logotip en les imatges promocionals de l'etapa a les xarxes socials.

Serà objecte de negociació la presència de la marca a la sortida, meta i al llarg del recorregut de la cursa (ubicació, mides, nombre, etc.); l'organització d'una roda de premsa sempre i quan les agendes dels màxims representants de cada part ho permetin i la publicació d'un vídeo promocional de cicloturisme de la Costa Daurada i les Terres de l'Ebre als canals oficials de xarxes socials de La Vuelta, amb menció expressa als perfils oficials de Costa Daurada i Terres de l'Ebre. El vídeo serà proporcionat pel Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona i no excedirà dels 30 segons de temps. A més, i tenint en compte la promoció del cicloturisme, haurà d'incloure el logotip de "LA Vuelta es Más" y "Más por descubrir".

Quan circumstàncies organitzatives o sobrevingudes impedeixin l'execució d'alguna de les prestacions previstes, les parts podran acordar actuacions alternatives que tinguin un valor publicitari equivalent al de les prestacions inicialment pactades. Si no és possible garantir aquesta equivalència, les parts acordaran de mutu acord les actuacions substitutives que considerin adequades, així com les condicions i els efectes necessaris per a la liquidació total o parcial del contracte.

En cas de discrepància, les parts procuraran assolir una solució consensuada basada en criteris objectius i de proporcionalitat.

De tots aquests fets el responsable del contracte emetrà un informe i en deixarà constància a l'expedient.

El retorn econòmic mínim de les marques "Costa Daurada" i "Terres de l'Ebre" i del valor dels actius audiovisuals de les destinacions derivat d'aquestes accions de difusió cal que sigui igual o superior a 320.000 € (IVA inclòs). És una obligació essencial del contracte l'obtenció d'un retorn econòmic mínim del 70% d'aquest retorn.

Pel càlcul del retorn econòmic les marques "Costa Daurada" i "Terres de l'Ebre" es tindran en compte totes les accions previstes vinculades amb la difusió de la marca en qualsevol mitjà de comunicació (televisió, ràdio, streaming) i en accions de comunicació (RRPP, rodes de premsa, notes de premsa, presentacions, edició de material, etc.). Així mateix es tindrà en compte el valor dels actius audiovisuals de les destinacions.

Quedaran exclosos per la quantificació del retorn econòmic de la marca les despeses generades per l'organització (despeses de producció, etc.) i les incorregudes pels participants i pels assistents (allotjament, dietes, etc.).

Pel que fa a les accions protocol·làries, el Patronat de Turisme de la Diputació Tarragona serà convocat a participar als actes institucionals oficials en qualitat de patrocinador.

ADVERTIMENT: En cas de resultar adjudicatari d'algun patrocini i d'haver sol·licitat alguna subvenció pel mateix objecte a la Diputació de Tarragona i/o els seus Organismes Autònoms, aquest haurà d'optar entre desistir de la sol·licitud de la subvenció o renunciar a aquesta si ja li ha estat concedida; o bé renunciar a la formalització del contracte de patrocini amb les conseqüències previstes a l'article 153 LCSP.

3.- Anàlisi de rendibilitat i report del treball

Aquest patrocini és una publicitat de caràcter indirecta “Retorn publicitari” i que consisteix en què el patrocinat permet al patrocinador que faci pública la seva col·laboració econòmica en l'activitat del patrocinat i també, si així s'estableix, en què el patrocinat realitzi comportaments actius amb la mateixa finalitat. El patrocinador a canvi gaudeix de la notorietat i del ressò de l'activitat que desenvolupa el patrocinat, amb la finalitat d'incrementar entre el públic el coneixement del seu nom o marca i d'enaltir la seva imatge.

El **retorn d'un patrocini** es mesura combinant **indicadors quantitatius** (vendes, trànsit, leads) i **indicadors qualitius** (notorietat, percepció de marca, engagement).

Així doncs, per valorar l'anàlisi de la rendibilitat el PTDT encarregarà a una empresa especialitzada externa el lliurament d'una memòria justificativa del patrocini esportiu amb la valoració de la repercussió mediàtica de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre, i del valor dels actius audiovisuals de les destinacions:

1. Una **memòria valorada del retorn econòmic** de les marques “Costa Daurada” i “Terres de l'Ebre” i del valor dels actius audiovisuals de les destinacions i de tots els actius inclosos en el patrocini. L'objectiu d'aquesta memòria és conèixer i justificar quin és l'impacte de les marques “Costa Daurada” i “Terres de l'Ebre” i dels actius audiovisuals de les destinacions com a patrocinadors de l'esdeveniment.

Pel càlcul del retorn econòmic de la marca es tindran en compte totes les accions previstes vinculades amb la difusió de la marca i de les destinacions en qualsevol mitjà de comunicació (televisió, ràdio, *streaming*, etc.) i en accions de comunicació (RRPP, rodes de premsa, notes de premsa, presentacions, edició de material, etc.), sempre que siguin quantificables, auditables i valorables a preu de mercat.

L'informe ha d'incloure la metodologia utilitzada en el càlcul de la valoració econòmica de l'impacte mediàtic.

Quedaran exclosos per a la quantificació del retorn econòmic de la marca les despeses generades per l'organització (despeses de producció, etc.) i les incorregudes pels participants i pels assistents (allotjament, dietes, etc.).

2. Una **memòria justificativa de la presència i correcta visibilitat** de les marques “Costa Daurada” i “Terres de l'Ebre” i dels actius audiovisuals de les destinacions i de tots els actius inclosos en el patrocini. La memòria ha d'incloure el **reportatge fotogràfic** on s'apreciïn totes les aplicacions en material gràfic i audiovisual realitzat durant el desenvolupament de l'esdeveniment patrocinat on hagi tingut visibilitat les marques “Costa Daurada” i “Terres de l'Ebre” (fotografies, captures de pantalla, etc.).

3. **Lliurament del clípping** en un únic document de la presència de les marques “Costa Daurada” i “Terres de l'Ebre” i dels actius audiovisuals de les destinacions en els diferents mitjans de comunicació. El document *clípping* ha d'incloure l'evidència gràfica de la comunicació. Per a cada acció noticable a

mitjans en línia, mitjans audiovisuals en línia i/o xarxes socials, a més de la captura de pantalla, s'ha d'incloure l'enllaç a la notícia. No es valoraran aquelles accions que no vagin acompanyades de l'enllaç que dugui a la notícia a què fa referència.

4.- Termini d'execució del contracte

La durada del contracte serà des del dia de la seva formalització i fins el 20 de setembre de 2026.

5.- Facturació

La factura s'ha de lliurar electrònicament. Els codis DIR3 del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona són:

Oficina comptable: LA0000103

Òrgan gestor: LA0000103

Unitat tramitadora: GE0001140

El pagament del preu s'efectuarà una vegada finalitzat el contracte, i prèvia recepció per part del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona de la memòria justificativa del patrocini esportiu per part d'una empresa especialitzada externa amb la valoració de la repercussió mediàtica de les marques Costa Daurada i Terres de l'Ebre, i del valor dels actius audiovisuals de les destinacions.

La factura serà validada pel responsable del contracte.

ANNEX I

DIRECTRIUS SOBRE L'ÚS DE LA MARCA TURÍSTICA COSTA DAURADA I DEL LOGOTIP INSTITUCIONAL DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA EN LES ACCIONS DERIVADES DEL CONTRACTE DE PATROCINI DEL PATRONAT DE TURISME DE LA DIPUTACIÓ DE TARRAGONA

Suports publicitaris

Prensa, televisió, revistes, cartelleria, *photocalls*, llocs web, *bànners*, marxandatge, etc.

Cal incorporar la marca Costa Daurada o Terres de l'Ebre d'acord amb l'àmbit en què te lloc l'acció de patrocini en un lloc visible i en quadricromia juntament amb el logotip de la institució Diputació de Tarragona. Només es permetrà publicar-la en blanc i negre a les insercions publicitàries a diaris publicats en paper.

Exemple1

Aplicació horitzontal



Aplicació vertical



Aplicació horitzontal



Diputació Tarragona

Aplicació vertical



Diputació Tarragona

Per és informació accedir a: <https://www.dipta.cat/imatgecorporativa>

Aplicacions específiques

Espot audiovisual

En les peces audiovisuals publicitàries s'han d'incloure la marca de la destinació Costa Daurada o Terres de l'Ebre i la marca institucional de la Diputació de Tarragona.

Ràdio

En les falques radiofòniques s'esmentarà tant la marca turística Costa Daurada o Terres de l'Ebre com Diputació de Tarragona.

Reportatges publicitaris / prescripcions / notes de premsa

S'esmentarà tant la marca turística Costa Daurada o Terres de l'Ebre com Diputació de Tarragona.

Competició (recinte i recorregut) / mitjans de transport / presentacions /street marketing.

La marca turística (Costa Daurada o Terres de l'Ebre) estarà present en un lloc visible i destacat per vincular la destinació amb la prova esportiva. També haurà de figurar la marca institucional de la Diputació de Tarragona.

Xarxes socials

A continuació, s'indiquen els perfils oficials que cal mencionar/etiquetar i els hashtags que cal indicar en cada xarxa social.

Perfil	Hashtags que han de constar	Perfil de la marca + Perfil institucional que cal citar	URL del perfil de marca + URL del perfil institucional
Instagram	#CostaDaurada	@costadauradatur	https://www.instagram.com/costadauradatur
	#TurismeDipta	@dipta_cat	https://www.instagram.com/dipta_cat
	#TerresDelEbre	@terresebre	https://www.instagram.com/terresebre
X (Twitter)	#CostaDaurada	@costadauradatur	https://twitter.com/costadauradatur
	#TurismeDipta	@dipta_cat	https://twitter.com/dipta_cat
	#TerresDelEbre	@terresebretur	https://twitter.com/terresebretur
Facebook	#CostaDaurada	@costadauradatur	https://www.facebook.com/costadauradatur
	#TurismeDipta	@dipta_cat	https://www.facebook.com/dipta_cat
	#TerresDelEbre	@terresebre	https://www.facebook.com/terresebretur
TikTok	#CostaDaurada	@costadauradatur	https://www.tiktok.com/@costadauradatur
	#TurismeDipta	@dipta_cat	https://www.tiktok.com/@dipta_cat
	#TerresDelEbre	@terresebretur	https://www.tiktok.com/@terresebretur
YouTube	#CostaDaurada	@costadauradatur	https://www.youtube.com/costadauradatur
	#TurismeDipta	@diputaciodeltarragona	https://www.youtube.com/diputaciodeltarragona
	#TerresDelEbre	@terresebretravel	https://www.youtube.com/user/terresdelebretravel

Pel que fa a les xarxes socials externes, es considerarà que existeix repercussió mediàtica pel Patronat de Turisme de la Diputació quan s'esmenti i/o aparegui la marques Costa Daurada o Terres de l'Ebre.

Comunicació online / continguts digitals / lloc web

En relació amb els continguts digitals de llocs web, aplicacions web, aplicacions, blogs, butlletins informatius o similars, sempre que sigui viable, es tractarà d'enllaçar al lloc web de la destinació: <https://costadaurada.info/> o bé www.terresdelebre.travel

Mitjans informatius

(Audiovisuals, ràdio, suports on/offline, xarxes socials, documentals, notícies, reportatges, etc.)

En tots els casos s'esmentarà la destinació turística Costa Daurada o Terres de l'Ebre així com la institució Diputació de Tarragona.

Abans de la publicació del material gràfic/emissió del material audiovisual, el Departament de Comunicació i Màrqueting del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona supervisarà la ubicació de la marca/ logotip i els esborranys de disseny.

En referència als continguts en qualsevol mitjà/suport (incloses les xarxes socials), s'hauran de remetre al Departament de Comunicació i Màrqueting de la Diputació de Tarragona per obtenir-ne l'aprovació.

Per tot plegat, s'hauran de lliurar tots els materials a les adreces electròniques indicades com a mínim amb set (7) dies naturals d'antelació a la data estimada de la publicació per sol·licitar-ne la conformitat.

En el cas de no complir les directrius establertes per part del Patronat de Turisme de la Diputació de Tarragona, l'acció publicitària/promocional no es tindrà en compte a l'efecte de justificar la repercussió mediàtica.